Киселёв Артём Николаевич
генеральный директор Межрегионального центра промышленной субконтракции и партнерства, член правления Московской конфедерации промышленников и предпринимателей (работодателей)

ИННОВАЦИОННО-ПРОИЗВОДСТВЕННЫЕ КЛАСТЕРЫ КАК ОДИН ИЗ МЕХАНИЗМОВ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА В МОСКВЕ

Обострение конкурентной борьбы на фоне глобализации рынков влияет на все аспекты социально-экономического развития. Конкуренция обостряется на всех рынках – и в производстве товаров конечного потребления, и на рынках товаров промышленного назначения, и на рынках производственной кооперации, комплектующих и услуг. Важнейшая задача сегодня – повышение конкурентоспособности и производительности.

Для организаций инфраструктуры поддержки малого и среднего предпринимательства задача звучит несколько иначе: необходимо создать условия, при которых малые и средние предприятия будут конкурентоспособны на открытых и изменяющихся рынках.

Как московские малые и средние предприятия могут конкурировать на рынках производства товаров промышленного назначения и на рынках производственной кооперации? Для московских предприятий, работающих в условиях, когда цена рабочей силы и аренды по объективным обстоятельствам выше, чем в регионах, нет смысла равняться с конкурентами из Юго-Восточной Азии. Что ж, за примерами далеко ходить не надо: в странах Северной Европы цена рабочей силы тоже высока, тем не менее производство активно развивается и доля малого бизнеса в производстве растет.

Есть у москвичей возможность присутствия на рынках? Да. Выше, чем у большинства конкурентов. В Москве отлажены механизмы поддержки продвижения продукции малых предприятий на региональные рынки – «Деловые миссии», отработаны схемы поддержки участия малых предприятий в выставках и ярмарках. Информационное пространство обеспечивает московским производителям «точность наведения» при поиске потенциальных партнеров. «Биржи субконтрактов» обеспечивают москвичам возможность прямых переговоров со службами закупок крупнейших компаний и холдингов.

Конкурировать по цене? Возможно, но при условии максимального отказа от непроизводительного ручного труда и перехода к использованию высокопроизводительного оборудования. По данным проведенного в 2007 году в 10 субъектах Российской Федерации мониторинга расценок на выполнение базовых производственно-технологических процессов (литье, обработка металлов резанием, кузнечно-прессовые операции и др.), уровень цен московских малых и средних предприятий по высокотехнологичным операциям – это обработка металлов резанием на обрабатывающих

центрах с ЧПУ, лазерная обработка листа и другие, – несмотря на объективно высокую стоимость аренды и рабочей силы в Москве, не превышает, а зачастую является более привлекательным по сравнению с расценками на выполнение аналогичных работ в других регионах. Так, московское малое предприятие «НПЦ “Лазеры и аппаратура ТМ”» делает лазерный раскрой металлов на современном оборудовании по цене до 300 руб. за метр – в 1,3 раза дешевле, чем в среднем на предприятиях Владимирской области. Современное оборудование позволяет успешно конкурировать на рынке механообработки на станках и центрах с ЧПУ таким предприятиям, как ООО «ЮНИТС» и «Аркон». Наибольшее значение здесь имеет уровень применяемых технологий, скорость подготовки производства, организация производства и квалификация.

Уже сейчас московские малые предприятия активно используют кооперационные связи для организации производства: например, используют производственно-технологические возможности крупных предприятий, в том числе региональных. Это позволяет малому предприятию быстро заполнять открывающиеся рыночные ниши и расширять производство, без больших вложений, максимально применяя и развивая свои преимущества – научно-практические разработки, ноу-хау и знание рынка. Так действует ООО «Рэмик-2». Это малое предприятие производит радиоэлектронные приборы и элементы промышленной автоматики; оно оставило за собой функции по разработке, конструированию, финишным операциям, а все, что требует ручной сборки и механической обработки, передано на субконтракт партнерам в регионы. И так работают многие другие малые предприятия.

Конкурировать по качеству? Да, безусловно. Здесь также огромное значение имеет современное оборудование, доступность испытательного и измерительного оборудования, но нельзя сбрасывать со счетов и организацию производства, подготовку персонала, переход к международным стандартам менеджмента качества. Многие московские малые и средние предприятия располагают производственно-технологическими возможностями и опытом для участия в поставках комплектующих (производство изделий из металла, пластмасс, производство электронных узлов и блоков, электротехнических изделий), для различных видов машинотехнической продукции, в том числе для потребителей, традиционно предъявляющих повышенные требования по качеству (автомобилестроение, авиастроение и др.). Так работают «Итэлма», «Альтоника», «Авторемснаб», «Аркон» и пр. Здесь необходимо обратить внимание на то, что Департамент поддержки и развития малого предпринимательства Москвы обеспечивает малые предприятия финансовой поддержкой в вопросах внедрения систем менеджмента и прохождения сертификационного аудита. Продолжается конкурсный отбор, и малые предприятия, получившие сертификат, получают субсидию – компенсацию половины фактически затраченных средств. Перечень стандартов обширный: это и ISO 9001:2000 (система менеджмента в области управления качеством), и ISO 14001 (экология), и даже отраслевые стандарты, такие как ISO 13485, ISO 17025 и многие др. Но качество – комплексное понятие, не ограничивающееся только соответствием продукции

заявленным характеристикам. Качество – это еще и способность продукции удовлетворять ожидания потребителей, причем даже те ожидания, о которых потребители еще не знают. Это еще и способность производителя работать «под заказ», оперативно реагировать на запросы, обновлять модельный ряд. Для этого необходимо использовать современные средства подготовки производства – системы автоматизированного проектирования (САПР), лучше, если лицензионные, оборудование для быстрого прототипирования; возможность привлечь специалистов по промышленному дизайну, изготовить опытные образцы, провести измерения и испытания. Для быстрой наладки серийного производства лучше заранее, еще в процессе разработки, привлечь специалистов с предприятия, на котором будут ставить серию. Это позволит заметно уменьшить количество переделок и сократить сроки на подготовку.

Конкурентоспособный продукт должен удовлетворять потребность лучше, чем аналоги или заменители, производимые конкурентами. В нашем случае это значит, что доля ноу-хау в продукции должна быть максимальной. «Мозгов должно быть больше, чем железа». Эта доля должна быть защищена патентами, и такая поддержка московским малым предприятиям уже есть – субсидии на патентование малым предприятиям уже предоставляются.

Есть и проблемные вопросы, которые малому предприятию в одиночку решить сложно, даже пользуясь поддержкой. У малого предприятия, где на руководителе лежит обязанность решать все вопросы (аренда, производство, маркетинг, проверки, персонал и еще много всего), проблемы не только в деньгах. Огромная проблема связана с организационным ресурсом.

Уровень технико-технологической вооруженности московских малых предприятий хотя и не хуже, чем в среднем по стране, но заметно проигрывает потенциальным конкурентам – странам ЕС (там поддержка техперевооружения ведется за счет средств структурных фондов) и Юго-Восточной Азии. Эта ситуация требует внимательного рассмотрения вопроса о поддержке малых и средних предприятий в вопросах закупки современного оборудования – производственно-технологического, испытательного, измерительного. Но никаких денег и сил не хватит для того, чтобы каждое малое предприятие смогло самостоятельно провести полную модернизацию производства. Да и специалистов для того, чтобы грамотно провести технологический аудит и разработать программу техперевооружения даже у крупнейших холдингов, с их возможностями, не хватает. Вот и получается, что закуплены обрабатывающие центры по полмиллиона евро, и даже введены в эксплуатацию, а коэффициент загрузки – 10 %. Малое предприятие себе такого позволить не может.

Как правило, ни у одного известного мне малого предприятия не хватит собственных ресурсов для того, чтобы сконцентрировать у себя, для собственного пользования, все возможности по подготовке производства – и оборудование для прототипирования, и специалистов по промышленному дизайну, и лаборатории.

Ни у одного малого предприятия не хватит сил, средств и специалистов для того, чтобы разработать и «раскрутить» собственный бренд – стать

узнаваемым на рынке. Крайне немного малых предприятий, способных самостоятельно разработать и реализовать маркетинговую стратегию, создать дистрибьютерскую сеть в регионах, организовать обслуживание своей продукции и качественное обучение пользователей.

Ни одно малое предприятие не имеет конкурентного превосходства при работе с поставщиками сырья и материалов, комплектующих, не сможет добиться не незначительных скидок, а диктовать поставщикам свои условия поставки и оплаты.

Отдельный вопрос – работа с поставщиками инноваций. Наше главное преимущество – это умение находить научно-практические разработки и воплотить их в продукцию. Необходимо отладить систему, при которой поиск идеи и процесс «перевоплощения» идеи в продукт будут происходить максимально быстро. Это не всякому малому предприятию под силу.

По большинству перечисленных направлений есть отработанные формы поддержки, они востребованы и активно используются. Но основная задача экономики — использовать ограниченные ресурсы для достижения максимального результата. Для всех этих вопросов есть непростые, но действенные решения. Это специализация, кооперация и кластерный подход.

Специализация позволяет малому предприятию концентрироваться на решении однотипных задач и добиваться эффективности. Кооперация дает возможность задействовать необходимые и недостающие ресурсы и одновременно получать загрузку по своему направлению деятельности. Кластерный подход позволяет решать проблемы сообща. На этом стоит остановиться особо.

Кластерный подход во всем мире стал признанной стратегией повышения конкурентоспособности. Основными участниками конкурентной борьбы становятся не отдельные предприятия, но именно кластеры с участием малых, средних и крупных предприятий, организаций науки. Кластерный подход позволяет малым и средним предприятиям совместно и более эффективно использовать ограниченные ресурсы для решения общих задач.

В Москве, по оценкам специалистов, активно развиваются кластеры в таких сферах, как строительство, информационные и коммуникационные технологии, реклама, пищевая промышленность, здравоохранение. Эти кластеры включают в себя значительное количество малых и средних предприятий и расширяются в регионы. Некоторые кластеры – выжившие и переродившиеся наследники территориально-производственных комплексов, создававшихся еще во времена Советского Союза и плановой экономики. Но кластер – не ТПК, его нельзя создать решением «сверху». Кластер – это не столько формальная структура, сколько форма взаимодействия множества самостоятельных организаций, фирм, вузов. Кластер – это кооперация и конкуренция одновременно. Это концентрация профессионалов, одновременно думающих в одном направлении, но каждый – в свою пользу. Если выгодно, то происходит объединение ресурсов, создаются саморегулируемые организации, сообща решаются общие проблемы. А государство помогает при необходимости. Такое взаимодействие дает синергию и повышение общей конкурентоспособности как каждого отдельного участника, так и экономики региона в целом.

В Москве есть и новые «прорывные направления» с инновационным потенциалом и перспективой рыночного роста – производство медицинской техники и приборов, микроэлектроника, ресурсоэнергосбережение и др. Эти направления малые предприятия начали осваивать самостоятельно и добиваются успеха. Эти направления требуют особого внимания и поддержки.

Какой должна быть поддержка таких микрокластеров? Это, в первую очередь, поддержка в организации информационного обмена между участниками развивающегося кластера. Необходимо знать своих партнеров-конкурентов, знать их возможности, сильные и слабые стороны, знать истории успеха и провалов. Это позволяет формировать общее видение перспектив и угроз, вместе искать решения. В итоге это содействует концентрации участников формируемого кластера на единой территории (технопарк, промышленный парк, технозона и др.). Информационный обмен и концентрация позволяют повысить уровень технико-технологической вооруженности с меньшими затратами – создать центры коллективного использования оборудования, поддержать оснащение испытательных лабораторий – не для одного малого предприятия, а для двадцати, заранее рассчитать коэффициент загрузки закупаемого оборудования, снизить издержки за счет аутсорсинга специализированных услуг.

Это формирование единых каналов маркетингового продвижения и, постепенно, формирование единого бренда кластера; анализ зарубежного опыта и рыночных тенденций; поддержка в вопросах поставок инновационной продукции для госнужд.

Это формирование системы взаимного признания качества продукции, создание единой системы подготовки кадров – под потребности кластера, системы взаимодействия с поставщиками и смежниками, в том числе с поставщиками инноваций – вузами, НИИ, КБ.

Это финансовая и имущественная поддержка, содействие в привлечении инвестиций в кластер. Кластерное взаимодействие рождает новые решения. Так, в Бразилии малому предприятию для получения кредита достаточно предъявить поручительство от остальных участников кластера.

Наконец, это помощь в решении инфраструктурных вопросов, в том числе на условиях частно-государственного партнерства.

Формы поддержки кластеров в сфере малого и среднего бизнеса отработаны, но необходима концентрация по точкам приложения усилий – там, где предприниматели сами проявляют инициативу и готовы рисковать своими деньгами, там, где есть возможность перехода на более высокий технологический уровень. Если мы сможем найти правильную грань взаимодействия всех заинтересованных сторон – предпринимателей, инноваторов, организаций инфраструктуры, органов власти, – это позволит повысить конкурентоспособность в новых условиях.